

Student Entrepreneurship, Prospect or Problems?

**(Identifikas Jenis dan Permasalahan Yang Dihadapi Mahasiswa Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Parahyangan Dalam Memulai dan Menjalankan Bisnis)**



**Disusun Oleh:
Fernando, SE., M.Kom
Vincentia Wahyu, SE., MM.**

**Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Universitas Katolik Parahyangan
2014**

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN..... 1

1.1. Latar Belakang..... 1

1.2. Tujuan Khusus..... 1

BAB II STUDI PUSTAKA..... 2

BAB III METODE PENELITIAN 6

3.1. Objek Penelitian 6

3.2. Metodologi Penelitian 6

BAB IV HASIL PENELITIAN 8

BAB V KESIMPULAN 11

DAFTAR PUSTAKA 12

RIIWAYAT HIDUP 13

Abstract

People without any college education who start a business have a greater chance of failing than people with one or more years of college education (Lussier & Halabi, 2008). Lussier & Halabi research at Chile conclude that study experience at higher education institution is significant for their success when they starting up business.

Parahyangan Catholic University (also known as UNPAR) is one the oldest private university in Indonesia. UNPAR established in 1955, and its first Faculty is Economics. Many of its Economics Faculty alumni even its students became entrepreneur, but did study at Economics faculty help them when they started up their business?

This research purposes is to identify kind of business owned by students of Parahyangan Catholic University Faculty of Economics, identify problems when they started they own business and identify problems when they running the business.

The Research method used in this research is descriptive Study. Descriptive Study is undertaken in order to ascertain and be able to describe the characteristic of the variables of interest in a situation (Sekaran and Bougie, 2010). More specific interview is used to gather data from students who already started their business during their study.

Keyword:

Entrepreneurship, Entrepreneur, Student Entrepreneurship, Entrepreneurial Competencies

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tidak ada kata terlalu cepat untuk memulai usaha. Sebagai mahasiswa yang tengah mempersiapkan masa depan dengan mengeyam pendidikan di universitas pun banyak yang memulai proses merintis usaha. Permasalahan tidak pernah terlepas dalam proses merintis usaha, kemampuan mahasiswa dalam melihat peluang, memulai usaha, menghadapi masalah, serta menjalankan proses usaha termasuk proses manajerial.

Sebagai lembaga pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan manajemen, Unpar khususnya jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi berperan sebagai fasilitator bagi mahasiswa yang tengah merintis usaha. Peranan lembaga pendidikan sebagai fasilitator akan lebih berarti bila lembaga pendidikan mengetahui usaha-usaha yang dilakukan oleh para mahasiswa.

Tidak hanya mengetahui, tetapi Jurusan Manajemen sebagai fasilitator diharapkan dapat mengidentifikasi permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh para mahasiswa ketika memulai usaha serta ketika menjalankan usaha. Selain permasalahan, Jurusan Manajemen juga akan membantu para mahasiswa untuk dapat melihat peluang serta potensi yang dapat digali pada usaha yang tengah dirintis. Penelitian mengenai bidang usaha dari para mahasiswa merupakan langkah awal dari Jurusan Manajemen untuk lebih mengenal kegiatan usaha mahasiswa yang menjadi tolak ukur pembinaan para mahasiswa oleh jurusan Manajemen. Rangkaian penelitian diharapkan dapat menghasilkan buku panduan bagi mahasiswa untuk mempersiapkan merintis usaha mulai dari masa kuliah.

1.2. Tujuan Khusus

Penelitian ini dilakukan untuk:

1. Mengidentifikasi bisnis yang dimiliki oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.
2. Mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan dalam memulai bisnis.
3. Mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan dalam menjalankan bisnis.
4. Mengidentifikasi potensi serta peluang yang dimiliki oleh usaha yang dimiliki oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.

BAB II

STUDI PUSTAKA

2.1. Entrepreneurship

Perguruan Tinggi mempunyai peran penting dalam membina jiwa wirausaha, terutama bagi para mahasiswa didiknya. Pemahaman mengenai manajemen dan kemampuan dari pengusaha dalam penerapan manajemen yang baik dalam usahanya diperlukan. Kompetensi manajerial yang kurang baik sering menjadi penyebab dari gagalnya usaha kecil bertahan. (*Poor managerial competencies have often been linked to small business failure*) (Gaskill et al., 1993; Jennings and Beaver, 1997; Perry, 2001; Walker, 2007) Lussier dan Halabi meneliti usaha di Chili beberapa factor yang mungkin mengakibatkan kegagalan dari usaha, salah satunya adalah peranan dari pengusaha yang merasakan pendidikan di perguruan tinggi dan pengusaha yang tidak merasakan pendidikan di perguruan tinggi. (*People without any college education who start a business have a greater chance of failing than people with one or more years of college education*);(Lussier & Halabi, 2008). Unpar merupakan salah satu dari perguruan tinggi yang memberikan pendidikan kewirausahaan dalam mata kuliah Kewirausahaan, dengan harapan jiwa wirausaha dapat tumbuh dalam diri mahasiswa.

Definisi kewirausahaan adalah proses menciptakan sesuatu nilai yang berbeda dengan mencurahkan waktu dan upaya yang diperlukan, memikul risiko-risiko finansial, psikis dan sosial yang menyertai, serta menerima penghargaan/imbalan moneter dan kepuasan pribadi. (Putra, 2008) Menurut Para Ahli (Putra, 2008) : Peter F Drucker: Kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*ability to create the new and different*). Thomas W Zimmerer: Kewirausahaan adalah penerapan kreativitas dan keinovasian untuk memecahkan permasalahan dan upaya memanfaatkan peluang-peluang yang dihadapi orang setiap hari. Andrew J Dubrin: Seseorang yang mendirikan dan menjalankan sebuah usaha yang inovatif (*Entrepreneurship is a person who founds and operates an innovative business*). Robbin & Coulter: *Entrepreneurship is the process whereby an individual or a group of individuals uses organized efforts and means to pursue opportunities to create value and grow by fulfilling wants and need through innovation and uniqueness, no matter what resources are currently controlled*. Definisi dari jiwa wirausaha (*entrepreneurship*) dari beberapa ahli berikut ini memberikan kesimpulan bahwa setiap *entrepreneur* harus mampu berinovasi, kreatif, dan mampu melihat peluang dari usaha baik baru maupun usaha yang sedang dikelolanya untuk dapat melakukan inovasi pengembangan dari usaha tersebut. Peluang menjadi pengusaha telah dimanfaatkan oleh mahasiswa, untuk melihat jumlah mahasiswa yang telah melakukan usaha di FE UNPAR diperlukan pemetaan sehingga dapat mengetahui usaha dan kendala-kendala yang dihadapi mahasiswa pengusaha. Setiap orang bisa memulai usaha, namun alangkah baiknya bila usaha dimulai sejak muda. Peluang usaha bagi mahasiswa mulai terbuka dengan makin banyaknya lembaga keuangan yang menyediakan kredit mikro dan kredit usaha kecil. Tidak hanya lembaga keuangan, lembaga pendidikan-pun sudah memberikan pengajaran dan pendidikan terkait dengan *entrepreneurship*.

Pemerintahan melalui DIKTI telah mengeluarkan pula Pedoman Mahasiswa Wirausaha yang dapat digunakan sebagai panduan bagi para mahasiswa untuk memulai usaha. Adapun tujuan dari Pedoman Mahasiswa Wirausaha (PMW) adalah untuk memberikan bekal pengetahuan, keterampilan dan jiwa wirausaha (*entrepreneurship*) berbasis IPTEKS kepada para mahasiswa agar menjadi pengusaha yang tangguh dan sukses menghadapi persaingan global. Dalam rangka keberlanjutan, program ini juga bertujuan mengembangkan kelembagaan pada perguruan tinggi yang dapat mendukung pengembangan program-program kewirausahaan. Sebagai hasil akhir, diharapkan terjadinya penurunan angka pengangguran lulusan pendidikan tinggi yang pada kenyataannya menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun (PMW, 2010). Keberhasilan program ini setidaknya-ditidaknya dilihat dari tiga indikator (PMW, 2010), yaitu: jumlah mahasiswa yang berhasil menjalankan usaha (sebagai wirausaha); terbentuknya model pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi; dan terbentuknya lembaga pengembangan pendidikan kewirausahaan yang tangguh dan mandiri yang mengkoordinasikan berbagai kegiatan terkait kewirausahaan di perguruan tinggi yang bersangkutan. Setiap jenis usaha mempunyai keunikan masing-masing dan lokasi usaha merupakan suatu tantangan tersendiri dalam mengelolanya. Dengan mengetahui jenis usaha dan lokasi usaha para mahasiswa, memberikan gambaran bagi peneliti mengenai usaha yang banyak dilakukan oleh para mahasiswa. Kompetensi sebagai wirausaha merupakan dasar dari keberhasilan dalam melakukan bisnis. *Entrepreneurial competencies have been identified as a specific group of competencies relevant to the exercise of successful entrepreneurship.* (Mitchelmore S., and Rowley J., 2010).

2.2. Entrepreneur- competencies

Seorang *entrepreneur* harus mempunyai kompetensi untuk menjalankan usahanya. Definisi kompetensi dan kompeten berbeda seperti definisi yang diungkapkan oleh Mitchelmore and Rowley. Kompeten merupakan suatu evaluasi terhadap *performance* pada suatu aktivitas yang spesifik. Sedangkan kompetensi merupakan kumpulan dari kemampuan seseorang yang mempengaruhi karakteristik dan perilakunya. (Mitchelmore and Rowley, 2010). Dari definisi tersebut diketahui bahwa kompetensi membedakan antara pengetahuan, keterampilan dan kemampuan dari tiap-tiap individu dan kegiatan yang dijalankan oleh individu yang bersangkutan.

Entrepreneurial competencies diidentifikasi sebagai kumpulan kompetensi yang dapat membantu dalam menyukseskan kegiatan kewirausahaan. Menurut Mitchelmore dan Rowley terdapat dua kelompok yaitu:

- *First, the more competent entrepreneurs choose to exploit better venture opportunities, the quality of opportunity and the fit matter equally*
- *Second, management competencies are related to venture strategy, the more competent entrepreneurs can formulate superior strategies that fit their business*

Tabel 2.1.
Entrepreneurial Competency Framework

Entrepreneurial competencies	Identification and definition of a viable market niche Development of products of services appropriate to the firms chosen market niche/product innovation Idea generation Environmental scanning Recognising and envisioning taking advantage of opportunities Formulating strategies for taking advantage of opportunities
Business and management competencies	Development of the management system necessary for the long term functioning of the organisation Acquisition and development of resources required to operate the firm Business operational skills Previous involvement with start-ups Managerial experience Familiarity with industry Financial and budgeting skills Previous experience Management style Marketing skills Technical skills Industry skills The ability to implement strategy (develop programmes, budgets, procedures, evaluate performance) Familiarity with the market Business plan preparation Goal setting skills Management skills
Human relations competencies	Development of the organisational culture management feel is necessary to guide the firm Delegation skills The ability to motivate others individual and

	<i>in groups</i> <i>Hiring skills</i> <i>Human relations skills</i> <i>Leadership skills</i>
<i>Conceptual and relationship competencies</i>	<i>Conceptual competencies</i> <i>Organisational skills</i> <i>Interpersonal skills</i> <i>The ability to manage customers</i> <i>Mental ability to coordinate activities</i> <i>Written communication skills</i> <i>Oral communication skills</i> <i>Decision making skills</i> <i>Analytical skills</i> <i>Logical thinking skills</i> <i>Deal-making skills</i> <i>Commitment competencies</i>

Sumber: Entrepreneurial competencies: a literature review and development agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*. Mitchelmore dan Rowley. 2010

Kompetensi-kompetensi tersebut akan membentuk karakteristik dari *entrepreneur*. Karakteristik *entrepreneur* tersebut diungkapkan oleh Hormozi (2004) secara ringkas memberikan Sembilan karakteristik yaitu:

1. Mempunyai tujuan yang jelas dan keinginan yang kuat untuk mencapai tujuan tersebut
2. Menyediakan waktu bekerja yang lebih banyak
3. Mengelola usaha secara terus menerus hingga usaha tersebut mempunyai sistem kerja yang baik dan benar
4. Bertanggung jawab terhadap semua kegiatan yang ada dalam perusahaan
5. Terdapat *reward* yang sesuai bagi *entrepreneur*
6. Optimis
7. Tujuan yang ditetapkan tidak hanya bagus namun harus luar biasa
8. Mampu mengajak semua yang ada di organisasi untuk mencapai tujuan tersebut
9. *Profit oriented*

Hormozi telah memberikan gambaran mengenai karakteristik *entrepreneur*, namun hal ini tidaklah cukup masih diperlukan jiwa kepemimpinan karena kesuksesan *entrepreneur* membutuhkan kemampuan dalam memimpin perusahaan. (Swlezcr & Lydon.2002). Jiwa kepemimpinan para *entrepreneur* muda didukung dengan pengetahuan, pengalaman, keterampilan serta percaya diri. (Omerzel &Antoncic. 2008)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan yang memiliki usaha. Mahasiswa yang dimaksud adalah mahasiswa yang masih aktif dalam kegiatan akademik dan belum dinyatakan lulus oleh UNPAR.

Usia dari mahasiswa berkisar antara 20 tahun hingga 25 tahun, dan telah menempuh masa studi selama 2 semester di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan, baik untuk program sarjana maupun untuk program diploma. Kegiatan studi para mahasiswa ini masih cukup padat, sehingga waktu yang digunakan untuk usaha harus berbagi dengan waktu menjalankan tugas sebagai mahasiswa.

3.2. Metodologi Penelitian

Desain penelitian

Metode yang dipakai adalah metode deskriptif, yaitu penelitian yang bertujuan menggambarkan keadaan yang sebenarnya tampak pada saat penelitian dilaksanakan, dengan cara mengumpulkan data, menganalisis kasus yang ada dan menginterpretasikan data yang didapat, kemudian membuat kesimpulan dan saran dari hasil penelitian tersebut.

Profil Responden

Responden adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi yang memiliki usaha dan telah berjalan selama minimal 1(satu) tahun. Penentuan responden dalam penelitian didasarkan pada kriteria-kriteria tertentu. Kriteria-kriteria yang dimaksud adalah jenis usaha yang dilakukan oleh mahasiswa tidak termasuk dalam usaha yang diwariskan oleh orang tua, bukan termasuk dalam MLM (Multi Level Marketing), serta usaha baru dirintis setelah mahasiswa mulai studi di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.

Penelitian yang bertujuan menggambarkan keadaan yang sebenarnya tampak pada saat penelitian dilaksanakan, dengan cara mengumpulkan data, menganalisis kasus yang ada dan menginterpretasikan data yang didapat, kemudian membuat kesimpulan dan saran dari hasil penelitian tersebut atau studi deskriptif. *Descriptive Study is undertaken in order to ascertain and be able to describe the characteristic of the variables of interest in a situation (Sekaran and Bougie, 2010).*

Metode pengumpulan data dengan cara wawancara kepada para narasumber/ responden untuk memperoleh informasi mengenai bisnis dan kendala saat memulai bisnis dan menjalankan yang dihadapi oleh para narasumber. Dalam menentukan para narasumber/ responden, peneliti kegiatan responden yaitu aktif kuliah dan aktif melakukan bisnis.

Obyek penelitian adalah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan yang memiliki usaha dan telah berjalan selama minimal 1(satu) tahun.

Prosedur Pengumpulan dan Pengolahan Data

Teknik pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah survei dengan menggunakan kuesioner, dimana pengisian kuesioner ini tidak dilakukan sendiri oleh

responden melainkan dilakukan oleh interviewer melalui wawancara dengan responden untuk memperoleh pendapat dan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner. Peneliti juga melakukan observasi dengan pihak yang berhubungan langsung dengan masalah yang diteliti untuk mendapatkan data primer yang relevan dari para mahasiswa yang memiliki usaha. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Agustus sampai November 2012.

Hasil dari wawancara dan kuesioner dianalisis dengan melihat dari 4 kebutuhan sebagai entrepreneur yaitu pengetahuan, pengalaman, keterampilan serta percaya diri (Omerzel & Antoncic. 2008), serta kompetensi yang dibutuhkan oleh seorang entrepreneur. Peneliti akan mencari pengetahuan dan keterampilan apa saja yang digunakan oleh para mahasiswa yang telah memulai usaha, sehingga kompetensi dari entrepreneur dapat dipenuhi.

BAB IV
HASIL PENELITIAN

4.1 Kompetensi yang dibutuhkan oleh entrepreneur

Kompetensi yang dibutuhkan oleh entrepreneur seperti yang telah dijelaskan pada bab 2 yaitu *Entrepreneurial competencies, Business and management competencies, Human relations competencies, Conceptual and relationship competencies*, dapat diperoleh dari pendidikan formal, pengalaman kerja, latihan keterampilan dan pengembangan kepercayaan diri.

Tabel 1.

SUMBER KOMPETENSI	PERANAN UNIVERSITAS
<i>formal education</i>	Pendidikan melalui mata kuliah berdasarkan kurikulum pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.
<i>work experience</i>	Mahasiswa pada beberapa program studi diwajibkan atau diberikan pilihan untuk melakukan kerja praktek yang menjadi salah satu syarat kelulusan atau sebagai mata kuliah pilihan.
<i>functional skills</i>	Pengajaran dan pelatihan keterampilan khususnya melalui mata kuliah praktik memberikan kemampuan fungsional pada para mahasiswa.
<i>self-confidence</i>	Pengembangan <i>soft skill</i> yang dilakukan secara berkala oleh program studi dapat meningkatkan <i>soft skill</i> mahasiswa dan dapat meningkatkan tingkat kepercayaan diri.

Untuk mengasah *knowlegde* dan *skill* program studi S1 manajemen dan D3 manajemen, memberikan kurikulum yang diharapkan dapat mendukung terciptanya kompetensi yang dibutuhkan sebagai entrepreneur yaitu:

Tabel 2.

Mata kuliah S1	Mata kuliah D3	Kompetensi
Kewirausahaan Kepemimpinan	Kewirausahaan Kreatif Inisiasi Bisnis Penulisan Laporan Akhir- Proposal Bisnis	<i>Entrepreneurial competencies</i>
Studi Kelayakan Bisnis Manajemen Keuangan Manajemen Operasi Manajemen Pemasaran Manajemen Ritel	Manajemen Pemasaran Manajemen Operasi Manajemen Keuangan Kemampuan Menjual Komunikasi Pemasaran Manajemen Sumber Daya Manusia	<i>Business and management competencies</i>
Manajemen Sumber Daya	Prak. Manajemen Sumber	<i>Human relations</i>

Manusia Pengembangan Sumber Daya Manusia Manajemen Kinerja	Daya Manusia	<i>competencies</i>
Komunikasi Bisnis	Praktika Kemampuan Menjual	<i>Conceptual and relationship competencies</i>

Responden dari penelitian ini merupakan mahasiswa S1 Manajemen dan DIII manajemen yang memperoleh pendidikan dasar seperti mata kuliah manajemen, ekonomi mikro, ekonomi makro, manajemen keuangan, manajemen pemasaran, manajemen operasi, manajemen sumber daya manusia dan kewirausahaan. Bagi mahasiswa D III terdapat mata kuliah praktika manajemen pemasaran, praktika manajemen keuangan, praktika manajemen operasi, praktika manajemen sumber daya manusia, praktika kemampuan menjual dan praktika komunikasi bisnis.

Dari hasil wawancara dengan responden diperoleh informasi bahwa hanya sebagian mata kuliah yang dianggap mempengaruhi jiwa kewirausahaan dari para responden. Tidak terdapat perbedaan secara kuantitas berdasarkan jenis kelamin pada mahasiswa yang memulai dan menjalankan bisnis selama masih menempuh pendidikan.

Usaha milik mahasiswa

Bisnis yang dimiliki oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan lebih banyak (33% + 25%) bergerak di bidang *fashion* (table 3), dikarenakan selain Bandung merupakan kota cukup dikenal sebagai kota yang menjadi trend fashion, produk yang dihasilkan merupakan produk yang digemari oleh segmen seusia dengan mahasiswa pemilik bisnis ini, sehingga para mahasiswa yang melakukan bisnis lebih mengerti akan keinginan dari segmen pasar tersebut.

Tabel 3

Bidang Usaha	Persentase
Cosmetics	8%
Fashion	33%
Fashion - Online Shop	25%
Franchise	8%
Kuliner	8%
MLM	8%
Retail	8%

Para narasumber lebih cenderung menggunakan media sosial (tabel 4) sebagai alat untuk mengkomunikasikan produk, karena cara ini bisa dilaksanakan kapan saja, tanpa harus mengganggu waktu kuliah.

Tabel 4

Marketing	Persentase
Advertisement	8%
Direct Selling	8%
Social Media	75%
WOM	8%

Apabila ditelusuri dari uang saku, terdapat lima kelompok berbeda berdasarkan besarnya uang saku, 25% memperoleh uang saku maksimal sebesar Rp 500.000. kemudian 17% mendapat uang saku antara Rp 500.001 – Rp 1.000.000, dan dengan jumlah yang sama yaitu 17% memperoleh uang saku sebesar Rp 1.000.001 hingga Rp 2.000.000. Mayoritas narasumber memperoleh uang saku antara Rp 2.000.001 – Rp 3.000.000 sebesar 33%. Sedangkan sisanya sebesar 8% memperoleh uang saku lebih besar dari Rp 3.000.000.

Tabel 5

Modal Awal	Persentase
0 - 1,000,000	50%
1,000,001 - 5,000,000	8%
5,000,001 - 10,000,000	17%
10,000,001 - 50,000,000	8%
> 50,000,000	17%

Setelah dikaji lebih jauh diketahui perbandingan pengeluaran terhadap uang saku yang diperoleh hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut: 17% narasumber menghabiskan > 90% uang saku untuk pengeluaran, 33% menghabiskan uang saku antara 81% - 90%, dan 50% sisanya menghabiskan 60% - 80% uang sakunya. Namun yang menarik adalah meski pun dengan tingkat perbandingan pengeluaran terhadap uang saku yang sangat tinggi tetapi 67% narasumber mengungkapkan bahwa sumber modal mereka berasal dari tabungan, sedangkan sisanya sebesar 33% mendapatkan modal dari orang tua. (tabel 6)

Tabel 6

Sumber Modal	Persentase
Tabungan	67%
Orang Tua	33%

Kepemilikan dari bisnis mahasiswa lebih banyak dimiliki oleh sendiri, untuk mempermudah waktu pengelolaan, untuk bisnis yang lebih membutuhkan modal besar para narasumber bermitra dengan rekan mahasiswa lainnya. (tabel 7)

Tabel 7

Kepemilikan Usaha	Persentase
Mitra	33%
Sendiri	67%

BAB V

KESIMPULAN

Pendidikan formal pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan warna kewirausahaan untuk membangun kompetensi yang dibutuhkan bagi mahasiswa yang akan memulai usaha baik melalui mata kuliah di kelas untuk membangun kemampuan teknis meliputi *functional skills*, maupun melalui program praktek dari beberapa mata kuliah yang mengharuskan mahasiswa untuk mulai terjun dalam memulai usaha.

Entrepreneurship merupakan jiwa wirausaha yang dibutuhkan seperti halnya mampu berinovasi, kreatif, dan mampu melihat peluang dari usaha baik baru maupun usaha yang sedang dikelolanya untuk dapat melakukan inovasi pengembangan dari usaha tersebut. Pendidikan formal (*formal education*) dalam mempertajam jiwa kewirausahaan yang tercermin pada para mahasiswa (*student entrepreneurship*) dan sebaliknya kewirausahaan mahasiswa juga berpengaruh pada studi mahasiswa karena dengan sendirinya mahasiswa yang telah memulai langkah sebagai seorang wirausahawan akan dapat melihat mata kuliah dalam sudut pandangan yang lebih baik. Selain itu dengan dimulai sejak awal maka peluang bagi seorang mahasiswa untuk sukses berwirausaha juga menjadi semakin besar.

DAFTAR PUSTAKA

- , (2010). *Pedoman Mahasiswa Wirausaha*. Kementerian Pendidikan Nasional Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Direktorat Kelembagaan.
- Harris, Michale L., Gibson, dan Shanan G. Exmining the entrepreneurial attitudes of US business students. *Journal of Education and Training* 50(7), 568-581. q Emerald Group Publishing Limited
- Hormozi, A.M. (2004) Becoming an Entrepreneur: How to Start a Small Business. *International Journal of Management*. 21 (3), 278-285.
- Lussier, R.N. and Halabi', C.E. (2008).An analysis of small business in Chile: a correlational study., *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(3), 490-503. q Emerald Group Publishing Limited
- Mitchelmore, S., and Rowley, J. (2010). Entrepreneurial competencies: a literature review and development agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 16 (2). 92-111. q Emerald Group Publishing Limited.
- Putra. (2008). [Definisi Kewirausahaan \(Entrepreneurship\) Menurut Para Ahli](http://putracenter.net/2008/12/23/definisi-kewirausahaan-entrepreneurship-menurut-para-ahli/). diperoleh dari <http://putracenter.net/2008/12/23/definisi-kewirausahaan-entrepreneurship-menurut-para-ahli/>
- Omerzel, D. G. and Antonc'ic~, B. (2008). Critical entrepreneur knowledge dimensions for the SME performance. *Industrial Management & Data Systems*. 108 (9), 1182-1199 q Emerald Group Publishing Limited 0263-5577
- Walker, E., and Redmond, J., Webster, B., Le Clus, M.,2007, Small business owners: too busy to train?, *Journal of Small Business and Enterprise Development* Vol. 14 No. 2, pp. 294-306 q Emerald Group Publishing Limited

RRIIWAYAT HIDUP

Ketua Peneliti

- a. Nama : Fernando, SE., M.Kom
- b. NIK : 21207 / 20100005
- c. Jenis Kelamin : Pria
- d. Tempat, tanggal lahir : Jambi, 27 Februari 1984
- e. Jabatan Fungsional : -
- f. Golongan/Pangkat : III/B
- g. Pekerjaan : Dosen Tetap
- h. Email : fernando@unpac.ac.id

Bandung, 10 Desember 2014

Fernando, SE., M.Kom

Anggota Peneliti:

- a. Nama : Vincentia Wahyu, SE.,MM
- b. NIK : 21208/20100009
- c. Jenis Kelamin : Wanita
- d. Tempat, tanggal lahir : Bandung, 9 Juli 1970
- e. Jabatan Fungsional : -
- f. Golongan/Pangkat : IIIA
- g. Pekerjaan : Dosen
- h. Email : vwahjuw@gmail.com

Bandung, 10 Desember 2014

Vincentia Wahyu, SE.